DAFTAR PUSTAKA

[1] Supangat, F. H. Chandar, and A. Hermanto, “The design of e-learning applications by considering aspects of the user’s personality based on students take courses in humancomputer interaction,” MATEC Web Conf., vol. 154, 2018, doi: 10.1051/matecconf/201815403009.

[2] H. Winarto and Chandra, “Strategi pemasara,” Maj. Ilm. Ekon., vol. 14, no. 1, pp. 124– 128, 2002.

[3] I. A. Ratnamulyani and B. I. Maksudi, “Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor,” Sosiohumaniora, vol. 20, no. 2, pp. 154–161, 2018, doi: 10.24198/sosiohumaniora.v20i2.13965.

[4]https://drive.google.com/file/d/1bZAkBwh9V0Ml2ByDcZ8GIxLKqcpaXqDB/view?u sp=sharing

[5] Abdullah, T dan Tantri, F. 2012. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

[6] Arikunto, S. 2003. Manajemen Penelelitian. Jakarta: Rineka Cipta

[7] Bwstha, B dan Handoko, H. 2000. Konsep Pemasaran. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

[8] Daniel, M. 2004. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta: Bumi Aksara.

[9] David. 2004. Pengertian Strategi. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia. [10]David. 2006. Strategi Pemasaran. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia